

facebook youtube linkedin web 2.0  
xing google+ twitter social media like  
follower shitstorm blogs gefällt mir  
**social media und recht** impressum  
**juristische fallstricke im** datenschutz  
**social media marketing** gewinnspiel  
virales marketing streisand effekt links  
guerilla marketing teilnahmebedingung  
en **nils** schleichwerbung astroturfing  
**weber** spamming urheberrecht marken  
persönlichkeitsrecht **markus** follower  
gegendarstellung **robak** cold calling  
abmahnungen einstweilige verfügung  
notice and takedown social web apps  
nutzungsbedingungen urheberrecht  
blogs google+ social media links twitter  
xing impressum twitter social media  
web 2.0 facebook youtube linkedin  
guerilla marketing teilnahmebedingung

facebook youtube linkedin web 2.0  
xing google+ twitter social media like  
follower shitstorm blogs gefällt mir  
**social media und recht** impressum  
**juristische fallstricke im** datenschutz  
**social media marketing** gewinnspiel  
virales marketing streisand effekt links  
guerilla marketing teilnahmebedingung  
en **nils** schleichwerbung astroturfing  
**weber** spamming urheberrecht marken  
persönlichkeitsrecht **markus** follower  
gendarstellung **robak** cold calling  
abmahnungen einstweilige verfügung  
notice and takedown social web apps  
nutzungsbedingungen urheberrecht  
**blogs** google+ social media links twitter  
xing impressum twitter social media  
web 2.0 facebook youtube linkedin  
guerilla marketing teilnahmebedingung

scm**KOMPAKT**

---

**social media und recht**  
**juristische fallstricke im**  
**social media marketing**

nils weber & markus robak

Das Werk, einschließlich aller seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung der scm c/o prismus communications GmbH unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische(n) Systeme(n).



Weichselstraße 6  
10247 Berlin  
Tel. 030 47989789  
Fax 030 47989800  
[www.scmonline.de](http://www.scmonline.de)

Redaktion: Theresa Schulz  
Lektorat: Bernd Stadelmann  
Satz und Layout: Jens Guischar

Alle Rechte vorbehalten.  
© scm c/o prismus communications GmbH, Berlin 2012

1. Auflage: E-book September 2012  
ISBN: 978-3-940543-25-7

# INHALTSVERZEICHNIS

---

Einleitung

Die Nutzungsbedingungen der Social Media

Marken und Namensrechte

Impressumpflicht

Datenschutzrecht

Urheberrecht

Markenrecht

Wettbewerbsrecht

Presse- und Äußerungsrecht

Allgemeine Haftungsfragen

Social Media Guidelines im Betrieb

Abwehr rechtsverletzender Darstellungen

AUTOREN

## **EINLEITUNG**

**Das Internet ist als Werbe- und Verkaufsplattform für Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Für Social Media ist das Web 2.0 von vergleichbarer Bedeutung und hat sich inzwischen als feste Größe etabliert.**

Social Media sind interaktive Internetdienste, wie Wikis, Blogs, Feeds und soziale Netzwerke, in denen jeder Nutzer Inhalte veröffentlichen und jedermann alle Inhalte wahrnehmen kann. Durch das Verlinken von Inhalten und Personen entsteht ein soziales Netzgeflecht.

Damit einher geht ein enormes Werbepotential für Unternehmen, völlig neue Kommunikationsformen drängen ins Netz. Doch ebenso umfangreich wie die Möglichkeiten sind auch die Rechtsfragen, die das Web 2.0 aufwirft. Die Anonymität und die Vielzahl der Akteure, die weltweite Abrufbarkeit, die unkontrollierte Kombination und Verbreitung der Inhalte sowie die Verbindung von Privatem und Kommerziellem sind in dieser Form beispiellos.

- **Wem gehören die Inhalte (Wortbeiträge, Bilder, Videos)?**
- **Liegt eine private oder geschäftliche Nutzung vor?**
- **Wer ist für etwaige Rechtsverletzungen verantwortlich?**
- **Welches Recht ist anwendbar?**
- **Ist es überhaupt möglich, Inhalte wieder aus dem Netz zu entfernen?**
- **Welche datenschutzrechtlichen Auswirkungen haben die angewandten Verknüpfungstechniken?**

Diese und weitere Fragen werden in diesem Buch geklärt.

# DIE NUTZUNGSBEDINGUNGEN DER SOCIAL MEDIA

Durch den Aufbau einer Unternehmens-Seite in Social Media erhofft sich der Betreiber einen werbewirksamen Auftritt, der ihn unmittelbar in Kontakt mit den Kunden bringt und für eine Umsatzsteigerung sorgen soll. Doch bevor eine solche Seite erstellt wird, muss zunächst geklärt werden, ob überhaupt eine kommerzielle Nutzung auf der ausgewählten Plattform erlaubt ist und in welchem Umfang das geschehen darf, denn bei Verstößen droht dem Ersteller eine vorübergehende oder sogar endgültige Sperrung bzw. Löschung seiner Seite.

Zudem könnte die erhoffte Werbewirksamkeit schnell in ein PR-Desaster umschlagen, denn wenn Manipulationen oder unzulässige Verwendungen im Netz bekannt und dann unaufhaltsam verbreitet werden („Seite melden“), besteht die nicht abzuschätzende Gefahr eines sogenannten „Shitstorms“.

Bei Twitter, YouTube und Google+ finden sich derzeit keine besonderen Bestimmungen für kommerzielle Werbeauftritte. Auf diesen Plattformen wird lediglich das Verbot von Rechtsverletzungen in den Nutzungsbedingungen beispielhaft aufgeführt. Allerdings stützen sich viele dieser Bedingungen auf ausländische Rechtsgrundsätze, wobei meist eine unmittelbare Übersetzung aus dem Englischen ins Deutsche vorliegt. Verständnisprobleme und Fragen nach dem Geltungsbereich häufen sich. In der Rechtsprechung werden in zunehmendem Maße Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) von Social-Media-Plattformen in Deutschland für unwirksam erklärt.

Bei Xing ergibt sich aus Ziffer 5 der AGB für Unternehmensprofile, dass Multi-Level-Marketing nicht zulässig ist. Auch dürfen keine für Xing unzumutbaren Inhalte eingestellt oder Links auf Drittseiten gesetzt werden.